

LAMBIEKLAND SECTORMOMENT

Maandag 24 november 2025



VISIT
VLAAMS-BRABANT





AGENDA

Verwelkoming Gedeputeerde Tom Dehaene

1. Project Lambiekland
2. Maand van de Lambiek
3. Monitoring Lambiekland: het belang van bezoekerscijfers
4. Focusjaar Bier 2026



1. PROJECT LAMBIEKLAND

1. Project Lambiekland: Traject

1. Initiatief Horal
2. Samenwerking tussen Toerisme Vlaanderen, VISIT Vlaams-Brabant, Horal en lambiekstakeholders in het Pajottenland en Zennevallei.
3. Voortraject:
 - Uitgebreid marktonderzoek/bevraging noden sector en consument.
 - Ontwikkelen projectplan op basis van het marktonderzoek waar de focus ligt op een solide fundering.
 - Concrete acties:
 - De integratie van het Lambiekland platform binnen de nieuwe website van VISIT Vlaams-Brabant, geen stand-alone (duurzaamheid!)
 - Inzetten op toeristische ontsluiting! Focus op bezoekbaarheid en beleving.
 - Gelijkheidsbeginsel

1. Project Lambiekland: Missie



Lambiekland is het informatief en toeristisch contentplatform onder de vernieuwde VISIT Vlaams-Brabant website. Zowel de bierliefhebber als de belevingstoerist kunnen daar alle mogelijke informatie en inspirerende verhalen terugvinden om van zijn of haar bezoek aan Lambiekland een echte totaalervaring te maken.

De internationale bezoeker wordt dan weer via Visit Flanders met de AI-tripplanner naar Lambiekland bewogen.

1. Project Lambiekland: Acties

1

Dataverzameling



2

Contentcreatie



3

Platform



4

AI-Reisgids



5

Sectorwerking



6

Beleving





2

Contentcreatie

1. Fotoreportages Cliff Lucas

- Actualisering beeldmateriaal van alle bezoekbare brouwers, stekers en aanbieders van activiteiten.
- Focus op toeristisch potentieel
- Brouw- en steekproces

2. Inspirerende artikels

- Copy en fotoreportage

3. Video/animatie Palmaers

- Inspirerende video en explainer video
- Eind december online





BROWNE AND CLOUTIER 15



5. Wandelen en fietsen

4

AI-Reisgids Visit Flanders



<https://reisgids-acc.visitflanders.com>

- Internationale bierliefhebber/bezoeker naar Lambiekland bewegen.
- Bezoekbare partners met meertalig aanbod op Lambieklandplatform gekoppeld aan de reisgids.
- Lambiekland binnen bredere (bier)beleving.
- Link vanuit Lambieklandplatform/VISIT Vlaams-Brabant.

→ Lancering **eind januari 2026**



5

Sectorwerking

Visie

- Toekomst Lambiekland en thema lambiek/geuze
- Versterken duurzame samenwerking en betrokkenheid stakeholders
- Toeristisch ambassadeurschap



VISIT
VLAAMS-BRABANT

Sectorwerking

Eerste evaluatie

- Lambiekland Platform en acties algemeen positief onthaald
- Meertaligheid!
- Nood aan gecoördineerd en terugkerend overleg met alle stakeholders
- Betrokkenheid van de hele sector: actieplan verder uitrollen

Sectorwerking

Toekomst Lambiekland

Platform

- Platform verder aanvullen met inspirerende verhalen en acties
- Meertaligheid in 2026

Samenwerking

- Ontwikkelen duurzame visie op thema lambiek/geuze
- Jaarlijks sectormoment: netwerking en actualisering data



6

Beleving

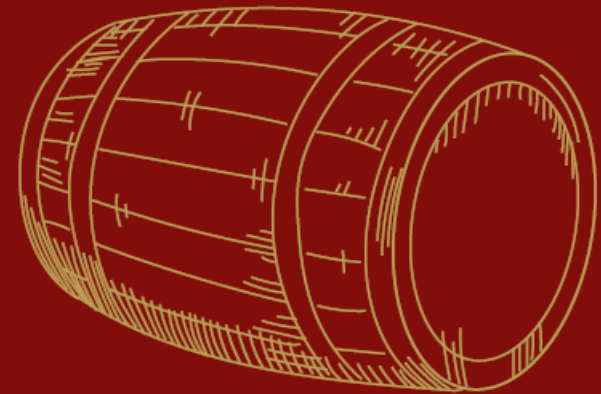
Paspoort Lambiekland

- In samenwerking met vele lambiek-stakeholders
- Extra beleving creëren in Lambiekland
- Bezoekers prikkelen Lambiekland te ontdekken
- Uniek en leuk gadget/verzamelobject

PASPOORT LAMBIEKLAND

- * Eerste druk september 2025
- * Verdelen stempels en paspoorten september 2025
- * Lancering oktober 2025 (met Maand van de Lambiek)
- * Algemeen: positief onthaald
-
- * Januari: Tweede druk
- * Januari: Platen en baliedisplays met 'Paspoort hier verkrijgbaar'
- * visitvlaamsbrabant.be/paspoort-lambiekland
- * Bezoekers moeten actief naar paspoort vragen

PASPOORT
LAMBIEKLAND



Stempellocaties

- * Bezoekbare brouwerijen en stekerijen
- * Fiets- en scooterverhuurders
- * Authentieke lambiekcafés
- * Lambiek-fietstochten: ondernemer onderweg
- * Restaurants met lambiek en geuze
- * Logies: handtekening





Paspoort verkrijgbaar bij:

- * Brouwerijen en stekerijen
- * Ondernemers op fietsroutes
- * Fiets- en scooterverhuurders
- * Toeristische diensten gemeenten

Voorraad aanvullen? Mail ons.



Beloning

- * Januari: Beloning klaar (magneet & oorkonde)
- * Beloning bij minstens 10 stempels
Werkwijze: 10^{de} stempellocatie checkt overige 9 stempels en plaatst handtekening bij zijn 10^{de} stempel
 - * Stavaza: 8 aanvragen (21/11)

VRAAG: Moeten we een extra beloning voorzien wanneer iemand zijn paspoort (helemaal) vol heeft?



2. MAAND VAN DE LAMBIEK



*Samen bouwen aan
een toeristisch aanbod
waarbij we niet enkel
lambiek en geuze in de
schijnwerpers zetten,
maar de hele regio.*



VISIT
VLAAMS-BRABANT

2. MAAND VAN DE LAMBIEK

- * Oktober 2025
- * Belangrijke USP in de regio Pajottenland en Zennevallei
- * Samenwerking met allerhande lambiek-stakeholders: gemeenten, brouwerijen, stekerijen, cafés, restaurants, logies, ondernemers, ...
- * Veelzijdig aanbod van activiteiten
- * Promotiecampagne



ACTIVITEITEN



Brouwerijbezoek

- Rondleidingen
- Proeverijen
- Kelderdagen
- Open brouwdag
- Concert



Culinair

- Foodpairing
- Creatieve lambiekmenu
- Gerechten met lambiek



Actief

- Wandelingen
- Fietstochten
- Packraften
- Smaaktocht



Algemeen

- Logies arrangement
- Authentieke cafés
- Jaarmarkt-stand
- Tasting

Promotiecampagne

- * Toeristische kaart Bier & Hop (bij Libelle)
- * Inspirationalele artikels
- * Wandelfiche Libelle: Lambiekstoemperwandeling
- * Website
- * VISIT magazine
- * Bierviltjes
- * Social media



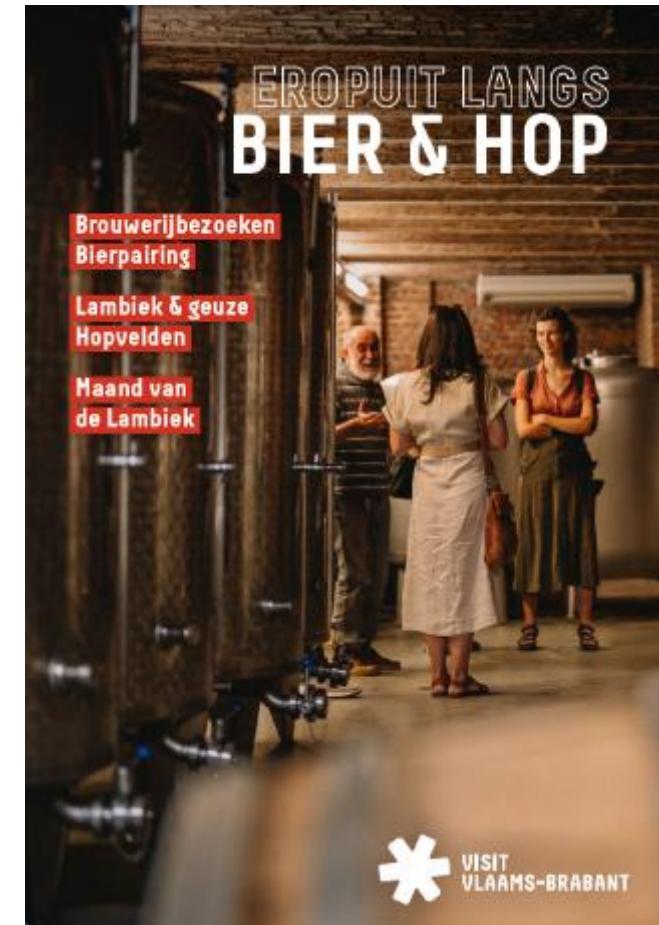
Oktober 2025

MAAND VAN DE LAMBIEK

Tijdens de Maand van de Lambiek gunnen de lambiekbrouwers en geuzestekers je een blik tussen de vaten en brouwkuipen. Er zijn mooie wandelingen en thematische fietstochten, volkscafés pakken uit met proeverijen en de hele streek viert mee.

Het volledige programma vind je op

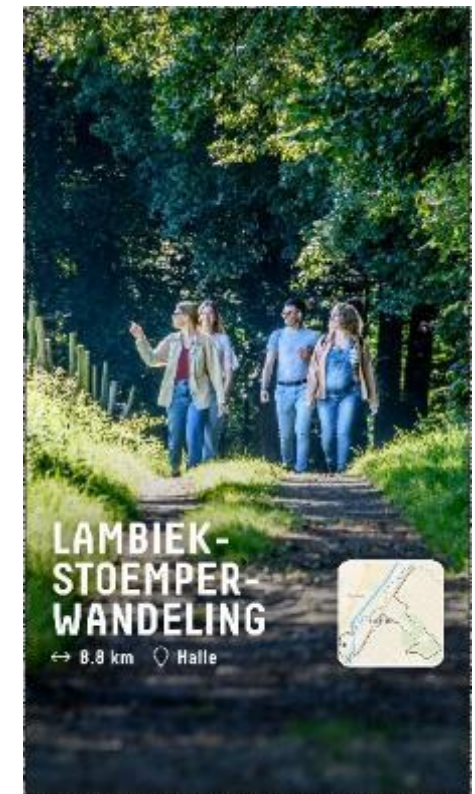
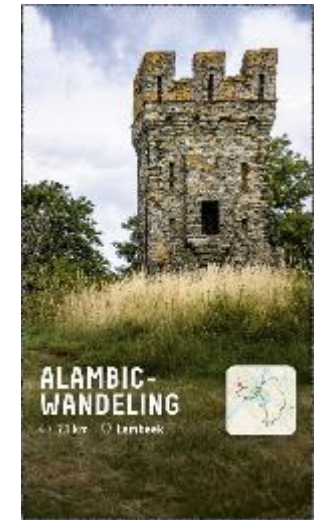
→ [VISITVLAAMSBRABANT.BE/MAANDVANDELAMBIEK](https://visitvlaamsbrabant.be/maandvandelambiek)



Social media



Social media





Bezoekersbevraging

- * Gezelschap: partner of vrienden
- * 92% daguitstap
 - * Nog plannen? 51% naar huis, 28% wandeling
- * Info gevonden: social media (26%)
- * 79% met de auto
- * Leeftijd: gemiddeld 48,7 jaar
- * 57% man, 43% vrouw
- * Activiteit: 90% heel tevreden, 8% tevreden
- * Concept MVDL: 88% heel tevreden, 10% tevreden



3. HET BELANG VAN BEZOEKERSCIJFERS



Bezoekersaantallen meten

Bezoekersbarometer

Platform voor delen van bezoekersaantallen van attracties en musea, maar ook brouwerijen in Vlaanderen.

- Via maandelijkse survey (adhv herinneringsmail).
- Biedt een overzicht van jouw cijfers.
- Biedt inzicht door vergelijking met gelijkaardige sites in Vlaanderen.
- Vrijwillige deelname.
- Verplichte deelname bij ondersteuning van Toerisme Vlaanderen, bv. bij relance-oproepen of andere subsidievormen.



Bezoekersbarometer

Doel en meerwaarde

- * **Meervoudige bevestigingen vermijden**
De tool is een samenwerking tussen alle beleidsniveaus die zo op een éénduidige manier bezoekersaantallen in kaart kunnen brengen.
- * **Bezoekers tellen op basis van aantal bezoekers tijdens rondleidingen** (puur toeristisch potentieel), om zo het effect en de weerslag van **Lambiekland** over de jaren heen voor heel de regio in kaart te kunnen brengen.

Bezoekersbarometer

Doel en meerwaarde

Waarde voor toeristische organisaties

- * Beleidsbeslissingen staven en promotionele acties meten.
- * Succesmeting & opvolging van uitgevoerde projecten, zoals Lambiekland.

Waarde voor de brouwerijen/stekerijen

- * Duidelijk overzicht bezoekersgegevens.
- * Succesmeting van acties.
- * Én benchmark met gelijkaardige sites.



Bezoekersbarometer

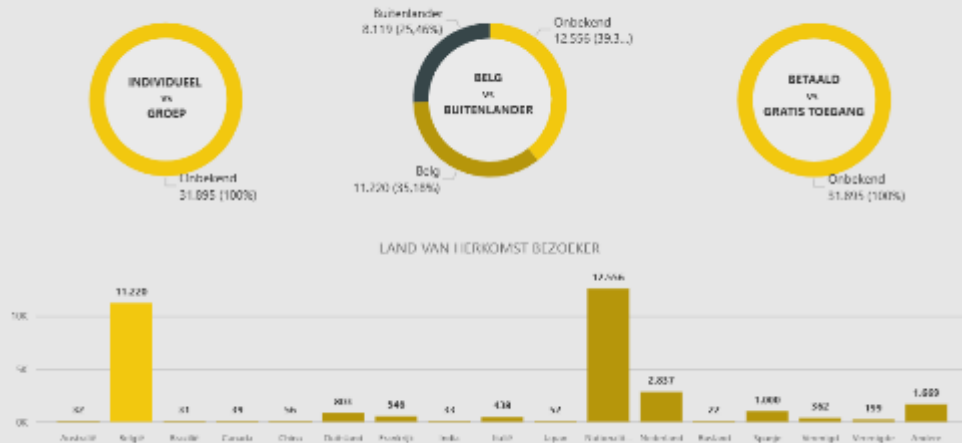
Rapportage

- * **Publiek rapport** - te raadplegen op www.toerismevlaanderen.be/bezoekersbarometer
- * **Privacy hoog in het vaandel**
Publieke rapporten steeds op geaggregeerd niveau, nooit op individuele basis.
- * **Rapportage**
 - * Op basis van alle deelnemers met exacte telmethodes (zoals ticketverkoop).
 - * Update half maart voor publiek jaarrapport.
 - * Deelnemend aanbod en top 20 per jaar raadpleegbaar.



VISIT
VLAAMS-BRABANT

2 \ ONDERVERDELING VAN HET TOTAAL AANTAL BEZOEKERS



Bezoekersbarometer

Eigen gegevens en rapport

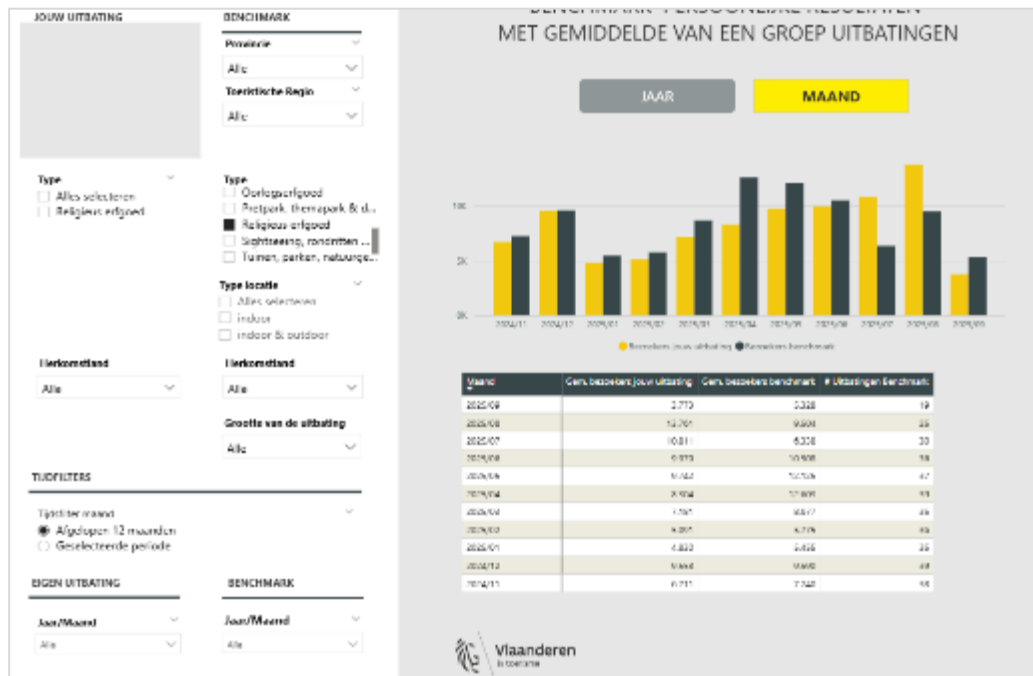
* **Persoonlijk rapport** – aanmelden en aanvullen op <https://bezoekersbarometer.toerismevlaanderen.be>

* **Eenvoud is kernprincipe**

- * Maandelijks bevraging naar bezoekersaantallen obv #rondleidingen/verkochte tickets
- * Herinneringsmail
- * More in = more out

* **Persoonlijk rapport**

- * Overzicht eigen cijfers
- * Benchmark met gelijkaardige attracties (i.d. brouwerijen, regio,...)





Wat verwachten wij van jou?

- * Meld je aan op <https://bezoekersbarometer.toerismevlaanderen.be>
- * Verzamel op **maandelijke basis** het aantal **bezoekers** dat **een rondleiding** heeft gevolgd (op basis van ticketverkoop, turven, boekhouding, ...)
- * Vul deze maandelijks aan – **maandelijke herinneringsmail!**

Vragen? Eén adres:

bram.vanotterdijk@vlaamsbrabant.be



4. FOCUSJAAR BIER 2026

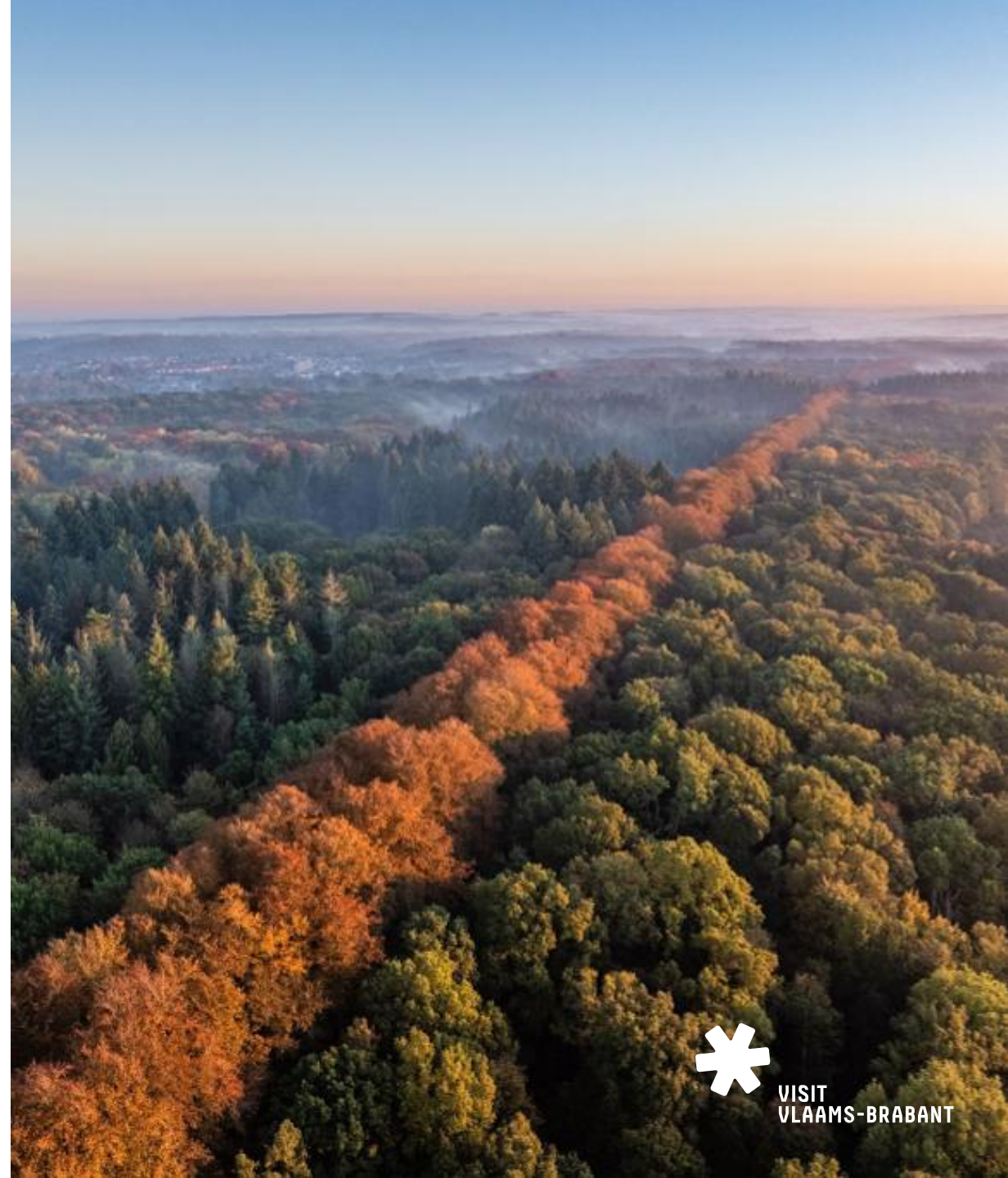
Marketingstrategie VISIT Vlaams-Brabant

* Sprekende landschappen als kernproduct

- Met signatuurproducten als trekker
- Toeristische producten en ervaringen met een sterke reason to come
- Wandelen en (sportief) fietsen = basisproducten
- Thema's in seizoensritmiek

* Aanvullend jaarlijks focusthema

- Voedingsbodem voor productontwikkeling
- Inspiratie voor de sector
- 'Sense of urgency' voor de bezoeker
- Kansen voor doelgroepverbreding



2026: Focusjaar Bier

*- Trots op onze Vlaams-Brabantse
biercultuur & traditie -*

- * Nadruk op biercultuur, bierbeleving, biertraditie, biervakmanschap (*niet op het product 'bier'*)
- * Productontwikkeling i.s.m. de sector
- * Binnenlandpromotie door VISIT Vlaams-Brabant
- * Buitenlandpromotie i.s.m. Toerisme Vlaanderen





Promotiecampagne – wanneer?

- * April tot november 2026 (afhankelijk van het productaanbod)
 - * Ongoing online campagne
- * ‘Officiële’ start: biermaand in mei
 - * Extra activiteiten?
- * Afsluiting: Maand van de Lambiek in oktober

A background image on the left side of the slide showing a brick wall and several wooden barrels, likely for beer storage. The barrels are stacked and have metal hoops. One barrel in the foreground has a dark circular logo with the word 'GILGEN' below it.

Promotiecampagne – wat?

- * Lancering: mediasamenwerking 'print'
- * Social mediacampagne (ongoing)
- * Magazine VISIT Vlaams-Brabant (voorjaar & najaar)
- * Website VISIT Vlaams-Brabant
 - * Bundeling van al het bieraanbod
 - * Verdere uitwerking vast aanbod o.a. bierfietsroutes
 - * Extra inspirationale artikels als landingspagina's
 - * UiT-databank
- * Promomateriaal voor de sector: affiches, advertenties, social posts, ...
- * Buitenlandpromotie door Toerisme Vlaanderen
 - * Focus op bierfietsroutes in Vlaanderen (2 in Vlaams-Brabant)



Bedankt!